

Capgemini contacts:

Raffaella Poggio
Marketing & Communication Director
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Michela Cotich
Marketing & Communication
michela.cotich@capgemini.com
+39 347 3620244

Imageware:

Stefano Bogani
Marco Groppelli
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

La metà dei clienti delle banche a livello mondiale oggi si rivolge alle società FinTech

Secondo il World FinTech Report 2017 di Capgemini, innovazione e collaborazione sono elementi chiave per gli operatori tradizionali e le FinTech in risposta alle crescenti aspettative dei clienti

Milano, 2 novembre 2016 – Metà della clientela bancaria di tutto il mondo utilizza prodotti o servizi di almeno una FinTech¹ secondo i risultati emersi dal primo World FinTech Report (WFTR) realizzato da [Capgemini](#) e LinkedIn in collaborazione con Efma. La prima edizione di questo studio quantifica e traccia la risposta dei clienti all'ascesa delle FinTech, riportando i punti di vista degli executive di operatori finanziari sia tradizionali² che FinTech e riepilogando i fattori che rendono essenziale l'innovazione nello scenario emergente di questo mercato.

Lo studio WFTR ha evidenziato in particolare che le FinTech stanno guadagnando presenza e impulso presso i clienti più giovani, agiati e pratici di tecnologia. La diffusione è maggiore nei mercati emergenti, con oltre il 75% di clienti in Cina e India che afferma di avvalersi di servizi erogati da operatori FinTech; seguono Emirati e Hong Kong. Le FinTech hanno compiuto i più grandi passi avanti nella gestione degli investimenti, dove il 17,4% dei clienti si avvale esclusivamente di esse e un altro 27,4% vi ricorre in aggiunta ai provider tradizionali. Con così tante società FinTech specializzate in servizi di nicchia, lo studio WFTR ha evidenziato anche che molti dei loro clienti (46,2%) utilizzano i servizi di più di tre di esse.

Le FinTech continuano a crescere, ma la fiducia e la customer experience restano limitate

Per quanto i provider di servizi FinTech continuino ad avere una presenza dirompente sul mercato, i livelli di fiducia complessivi dei clienti nei loro confronti rimangono bassi. Solo il 23,6% dei clienti afferma di fidarsi del proprio provider FinTech rispetto al 36,6% degli operatori tradizionali. I clienti hanno fatto

¹ Gli operatori FinTech sono nuove società specializzate in servizi finanziari con meno di cinque anni di vita e con una base di clienti relativamente piccola ma in crescita.

² Gli operatori tradizionali sono generalmente società di servizi finanziari in attività da almeno cinque anni e con una base di clienti ampia e consolidata.

notare come gli istituti finanziari tradizionali detengano ancora un certo vantaggio su quelli FinTech quando si tratta di protezione dalle frodi, qualità del servizio e trasparenza.

“Le crescenti aspettative dei clienti a favore di esperienze digitali maggiormente personalizzate e avanzate, progressi tecnologici, superiore accesso al venture capital e minori barriere di ingresso hanno creato un terreno fertile per la crescita delle FinTech”, ha dichiarato Penry Price, Vice President, Marketing Solutions di LinkedIn. “Le FinTech stanno acquistando impulso di mercato soprattutto rispondendo a necessità che gli operatori tradizionali devono ancora affrontare, ma molte di esse non possiedono la trasparenza richiesta per guadagnare la fiducia dei consumatori e capitalizzare queste opportunità”.

La spinta alla collaborazione con le FinTech viene considerata essenziale per innovare

Gli istituti finanziari tradizionali continuano ad affrontare sfide, con meno della metà dei propri executive (44%) fiduciosi nelle rispettive strategie FinTech. Questo non sorprende considerando che solo un terzo circa (34,7%) afferma di possedere una strategia proattiva o ben strutturata per l'innovazione che sia culturalmente integrata nell'azienda. La natura avversa al rischio delle società tradizionali rende difficile la creazione di culture che diano priorità all'innovazione: il 40,3% degli executive ha affermato che la propria cultura non è tale da poter condurre all'innovazione.

“Gli executive operanti nei servizi finanziari considerano le FinTech sotto una luce completamente nuova trovandovi maggiori opportunità di collaborazione, ma stanno anche compiendo significativi passi avanti per creare funzionalità FinTech più agili al loro stesso interno”, ha dichiarato Monia Ferrari, Head of Banking Sector di Capgemini Italia. “Ma con l'eccezione di pochi leader di settore, la maggior parte delle società sta faticando per raggiungere risultati positivi dalle proprie iniziative di innovazione: solo il 10% degli executive afferma di aver raggiunto con grande efficacia i risultati desiderati in termini di innovazione”.

Lo studio WFTR ha evidenziato che le società tradizionali stanno sempre più perseguendo una ampia varietà di strategie per rispondere ai loro concorrenti FinTech. La maggioranza degli istituti finanziari (60%) considera oggi le FinTech come potenziali partner, ma quasi la stessa proporzione (59,2%) sta anche sviluppando attivamente le proprie funzionalità interne. Al di là di partnership e sviluppo interno, gli executive stanno anche esplorando una serie completa di modelli come investimenti nelle FinTech (38%), partnership con istituzioni formative (34,3%) o creazione di acceleratori (29,6%), mentre una percentuale assai inferiore (18,6%) sta procedendo ad acquisizioni di società FinTech.

Le società tradizionali stanno investendo attivamente nelle tecnologie emergenti per migliorare operations e customer experience

Gli operatori tradizionali stanno in gran parte rispondendo a questi mutamenti assegnando la priorità più alta agli investimenti a favore di tecnologie capaci di facilitare operazioni maggiormente razionalizzate ed efficaci che si traducano quotidianamente in una customer experience migliore. Quasi il 90% degli executive interpellati afferma di concentrarsi soprattutto sull'implementazione di big data e analytics,

seguiti da Internet of Things (IoT, 55,8%), blockchain (54,7%), automazione di processi robotici (52,3%) e tecnologie API aperte (50%). La tecnologia blockchain, che costituisce la dorsale delle valute virtuali come Bitcoin, sta sempre più diffondendosi nel settore dei servizi finanziari grazie alle sue numerose possibilità di applicazione come il trasferimento di asset digitali, la gestione delle identità e la miglior gestione delle soluzioni loyalty & reward.

“Tutti gli operatori, sia quelli FinTech che quelli tradizionali, hanno ancora del lavoro da fare per riuscire a garantire una customer experience migliore”, ha concluso Vincent Bastid, Segretario Generale di Efma. “L’arrivo delle FinTech ha accelerato il miglioramento delle customer experience complessive nel settore ma non ancora al livello che i clienti si aspettano. È solo questione di tempo prima che le realtà BigTech³ e gli operatori di e-commerce e telecomunicazioni decidano di approfittare anch’essi di questa rivoluzione del settore”.

Per aiutare gli operatori tradizionali a superare l’innata resistenza all’innovazione e affrontare gli stravolgimenti attuali e quelli potenziali del futuro, lo studio WFTR ha definito un framework in quattro fasi che sarà essenziale di fronte a un crescente numero di minacce che interessano il settore dei servizi finanziari. Secondo il report, le società di servizi finanziari tradizionali possono aprirsi all’innovazione scoprendo nuove tecnologie, elaborando idee e insight relativamente ai modelli di business, allineando gli executive in modo da supportare l’innovazione e sostenendo quest’ultima per mezzo di una superiore efficienza e di best practice. All’allargarsi della “piattaformizzazione”⁴ del settore, sarà sempre più essenziale che gli istituti finanziari intraprendano azioni aggressive in direzione dell’innovazione per essere sempre preparate.

World FinTech Report

Capgemini e LinkedIn, in collaborazione con Efma, hanno realizzato lo studio **World FinTech Report 2017** (WFTR) avvalendosi di un comitato direttivo di alto profilo composto da executive provenienti dai maggiori operatori tradizionali, non tradizionali e specializzati. Lo studio comprende anche approfondimenti sulla percezione della customer experience dei clienti delle società tradizionali e FinTech basati su un sondaggio che ha coinvolto 8.000 clienti in 15 Paesi. Il report ha utilizzato tavole rotonde tra executive, video Agents of Change e numerose interviste con executive per discutere l’impatto sul settore della rivoluzione in atto insieme con le opportunità per nuove collaborazioni e innovazioni.

Per maggiori informazioni è possibile visitare il sito dedicato al report all’indirizzo www.worldfintechreport2017.com.

Capgemini

Con oltre 180.000 dipendenti in più di 40 paesi nel mondo, Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2015 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per

3 BigTech si riferisce a grandi operatori tecnologici che offrono prodotti tecnologici e potrebbero anche proporre, o hanno il potenziale di farlo, prodotti finanziari. Ad esempio, Apple, Google, Facebook, Amazon, ecc

4 La "piattaformizzazione" si riferisce ad aziende che erogano i servizi di elaborazione di back-end a poche società (tradizionali, non tradizionali e/o BigTech) che si occupano invece della relazione frontale con il cliente.

11,9 miliardi di euro. Con i propri clienti Capgemini progetta e realizza specifiche soluzioni di business, tecnologiche e digitali, per soddisfare le loro esigenze di innovazione e competitività. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la [Collaborative Business Experience™](#) – e un modello globale di produzione distribuita denominato [Rightshore®](#).

Per maggiori dettagli visita il sito www.it.capgemini.com e segui [@CapgeminiItalia](#) su Twitter

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini

LinkedIn

LinkedIn mette in contatto professionisti di tutto il mondo per offrire loro produttività e successo, trasformando il modo in cui le aziende assumono personale e si pongono sul mercato. Il nostro obiettivo è creare opportunità economiche per ogni lavoratore a livello globale attraverso il continuo sviluppo del primo Grafico Economico al mondo. LinkedIn conta più di 450 milioni di membri e ha uffici in varie sedi nel mondo.

Efma

Come organizzazione globale non-profit, Efma riunisce più di 3300 società di servizi finanziari retail provenienti da oltre 130 paesi. Con l'adesione di quasi un terzo di tutte le grandi banche commerciali in tutto il mondo, Efma ha dimostrato di essere una risorsa preziosa per l'industria globale, offrendo ai membri accesso esclusivo a una moltitudine di risorse, banche dati, studi, articoli, feed di notizie e pubblicazioni. EFMA offre anche numerose opportunità di networking attraverso gruppi di lavoro, comunità online e incontri internazionali.

Visita: www.efma.com